

地方創生教育プロジェクト

～大学生が主導する6次産業化とエリアマネジメント活動～

和歌山大学経済学部
特任助教 上野 美咲

地域経済の活性化を図る上で、そこにある地域資源を活かした必要に応じて個々を連携させ、さらには雇用を創出することが求められている。2012年12月に発足した第二次安倍晋三内閣は、地方の「人口減少」や「東京一極集中」等の課題に取り組むため、2014年9月、地域活性化や中長期ビジョンを策定する新組織として「まち・ひと・しごと創生本部」を設置した。いわゆる地方創生本部である。

地方創生本部のミッションは、地域に「しごと」を生み出し、「ひと」を流入させ、「住みやすいまち」を形成するというものである。

こうした国の方針を受け、和歌山県では、2060年には人口を概ね70万人とする長期人口ビジョンを掲げた。また「和歌山県まち・ひと・しごと創生総合戦略」の5か年計画（2015年～2019年度）において、①安定した雇用を創出する、②和歌山県への新しい「人の流れ」を創造する、③少子化をくい止める、④安全・安心な暮らしを実現する、⑤時代に合った地域をつくる等、5つの基本目標を設定した。

ここで、和歌山県内の現状をみると、2015年1～3月期の景気動向調査¹では建設業の景況感は3期連続で改善し高水準を保つ一方、製造業の景況感は3期連続で下降している。また商業の景況感は改善するも、依然として低迷している状況にある。

上記のように県内での厳しい景況感が否めない一方で、「しごと」に関する施策として注目を集めているのが、農林水産物の輸出促進や農業の6次産業化支援である。また域内外の産学官連携を促進しながら新産業を創造し、既存産業の高付加価値化を推進する地域イノベーションに関する施策も行われている。

このような中、和歌山大学では、和歌山県域における地方創生に貢献することを目的として、農林水産物の加工・流通販売まで一貫して行う6次産業化や移住先進地の再興等の4つのテーマを柱に教育プログラムを打ち出している。以下、経済学研究科と観光学研究科の学生を対象として実施された6次産業化に関する実践的な教育の取り組みについて紹介したい。

事業者の収益性の向上を主な目的とした6次産業化に地域活性化等の外部効果を加えた7次産業化という概念を実際の現場で行いながら学ぶという教育内容である（2014年度開講科目「アグリビジネス戦略特殊問題」）。受講生によるプロジェクトチームを結成し、座学で学んだプロジェクトマネジメントや差別化戦略、チームビルディング等の知識を駆

¹一般財団法人和歌山社会経済研究所が2015年6月に発表した景気動向調査No.98を参照。

使しながら、和歌山市内の現場で、実際に各々の産業に関わる形で異なる産業間を繋ぐ7次産業化プロジェクトは行われた（図1参照）。

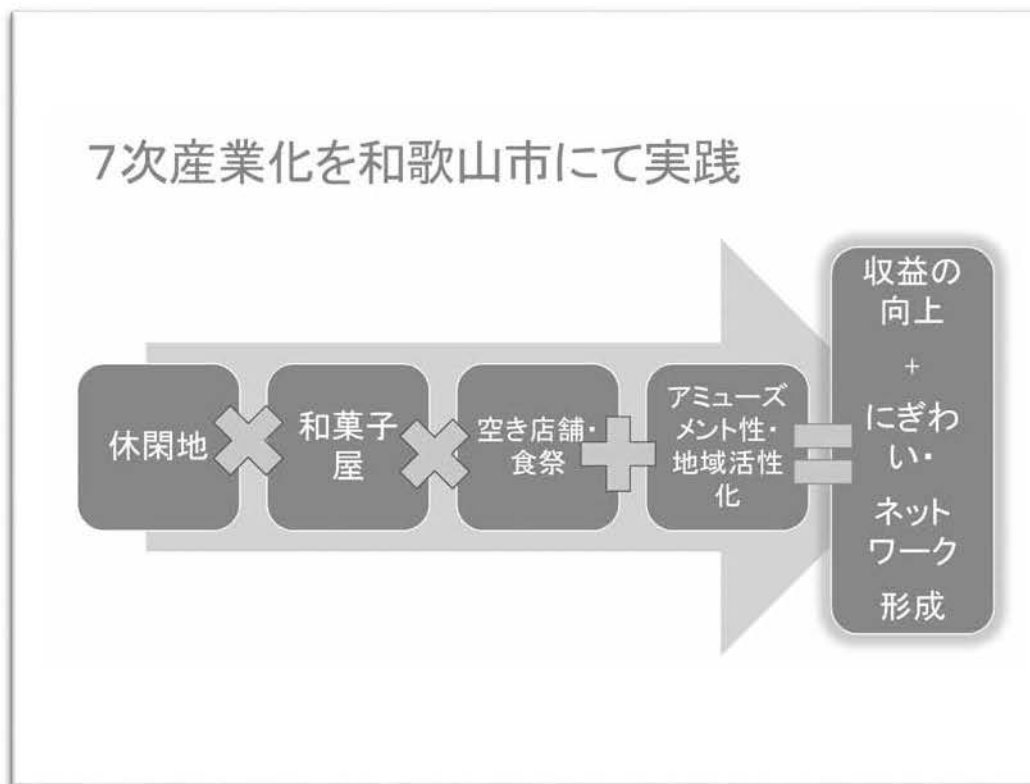
図1 7次産業の概要



2014年6月9日に学生9名と教職員サポート3名の計12名によって、このプロジェクトは始動した（図2参照）。まずその第一歩として、1次産業の「生産」の部分を担当するサツマイモの苗付け作業を和歌山市梅原地区の農業従事者の協力の下、約20坪の休閑地を借りて行った。2014年10月16日と11月14日に行われた収穫に至るまでの間、草引きや水やりをプロジェクトチーム内のローテーション制で実施した。2次産業の「製造」の部分については、和歌山城近くの菓子専門店にご協力を頂いた。3次産業の流通・販売の部分は、和歌山市ぶらくり丁商店街内の空き店舗を活用したCafé WITH（和歌山大学の学生が運営するまちづくりを目的とした地産地消レストラン）と連携し、10月～11月にかけて、Café WITHの定番メニューに加え、収穫したサツマイモで作ったスイートポテトなどを販売した。コーヒー発祥の地であるエチオピアから輸入した本格的なコーヒーとのセット販売も行った。さらに、和歌山市が企画運営する食のイベント「食祭 WAKAYAMA 2014」に出店し、サツマイモに関する商品を販売し、どれも好評のうちに完売した。この間には、JR和歌山駅前においてアンケート調査を実施し、商品の値段設定や販売対象等を検討することも行われた。

最終的には、プロジェクトチーム内の税務関係を研究する学生を中心とした決算報告も行われた。チームメンバーの労働時間（労賃）を勘案すると、約100千円の赤字は必至となる結果にはなったが、産業と産業を繋ぐプロジェクトを実践しながら、チームとして結

図2 和歌山市における7次産業化の取り組み概要



果を出すことの難しさを学ぶだけでなく、和歌山市内の地域資源に目を向け、地域活性化の一端を担う楽しみも生まれる機会となった。

ところで、この一連のプロジェクトには、「エリアマネジメント」と呼ばれる手法が応用された。エリアマネジメントとは、「地域において、その価値を維持・向上させるための、住民・事業主・地権者等による主体的な取り組み」を指す。エリアマネジメント活動を行う組織には、NPO や株式会社など多様に存在する。通常エリアマネジメントの活動を行う際、“一定のエリア”を対象とし、まちをつくることだけではなく、育てること（マネジメント）を目指し、行政だけではなく、多くの住民・事業主・地権者等が互いに関わり合いながら主体的に進めていく。今回のプロジェクト型授業では、学生で一つのエリアマネジメント活動を行う組織（収益性を追求する株式会社を目指すもの）をつくり、その活動のなかで“一定のエリア”の範囲を広げ、1～3次産業を繋ぐことを通して、ひとつのエリアとまた別のエリアを繋ぐ働きもした。和歌山市内の郊外の生産拠点と中心市街地に位置する製造・販売拠点とを繋ぐことにより、和歌山市という地域の活性化を担ったのである。

冒頭でも述べたように、特に地方都市では、限られた資源を発掘し、それを繋ぎ、利益を生み出すコーディネーターの存在が欠かせない。今後ますます人口減少が進むなかで、これを担う人材や組織の必要性が問われている。このエリアマネジメントを意識した組織作りこそが「まち・ひと・しごと」の創生にもっとも必要な鍵となろう。